

Plan de Responsabilidad Social Empresarial
Harinera del Valle

Presentado por:

Adriana Tafur código: 52.728.683

Eileen Maritza moreno código: 53.048.033

Gina Díaz Beltrán código: 53.132.340

John Jairo Londoño código: 79.824.071

Nohemy Cruz Torres código: 52.950.814

Universidad nacional abierta y a distancia - UNAD

Escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios - Ecacen

Diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial

Bogotá D.C.

Diciembre 2018

Plan de Responsabilidad Social Empresarial
Harinera del Valle

Presentado por:

Adriana Tafur código: 52.728.683

Eileen Maritza moreno código: 53.048.033

Gina Díaz Beltrán código: 53.132.340

John Jairo Londoño código: 79.824.071

Nohemy Cruz Torres código: 52.950.814

Curso: 101008_4

Tutor:

Faber Alexis Benavides

Universidad nacional abierta y a distancia- Unad

Escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios - Ecacen

Diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial

Bogotá D.C.

Diciembre 2018

Contenido

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
1. Objetivos	9
2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa HARINERA DEL VALLE	10
2.1 Direccionamiento estratégico de HARINERA DEL VALLE (Misión, Visión, Valores)	10
2.2 Formato de evaluación del desempeño	10
2.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial	11
3. Código de conducta	12
3.1 Modelo gerencial seleccionado para Harinera del Valle:	12
3.2 Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.	14
3.3 Código de conducta Harinera del Valle.....	14
3.3.1 Confidencialidad empresarial	15
3.3.2 Conflicto de interés	16
3.3.3 Conducta Interna:	16
3.3.4 Favores comerciales	18
3.3.5 Contravenciones	18
3.3.6 Negociaciones	18
3.3.7 Uso de la información de la empresa	19
3.3.8 Comunicaciones estratégicas.....	20
3.3.9 Cultura, social y religión	20
3.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta.....	22
4. Stakeholders	23
4.1 Breve descripción de los Stakeholders	23
4.2. Mapa genérico de Stakeholders de cada uno de los participantes	23
4.3. Mapa genérico seleccionado con la respectiva explicación ampliada.....	27
4.4. Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre la empresa Harinera del Valle y los Stakeholders (actores) identificados.....	28
5. Plan de responsabilidad social empresarial	30
5.1 Plan de responsabilidad social empresarial empresa Harinera del Valle	30
5.2. Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders).....	34
5.3. Modelo de informe de gestión recomendado	34
6. Conclusiones	36
Bibliografía.....	37

Lista de tablas

<i>Tabla 1. Formato de evaluación Impacto Harinera del Valle</i>	<i>11</i>
<i>Tabla 2. Recursos Financieros del Código de Conducta</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 3 Plan de responsabilidad Social Empresarial Harinera del Valle.</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 4. Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders) internos y externos</i>	<i>34</i>

Lista de Figuras.

<i>Figura N. 1</i> Cinco Fuerzas de Poder, Carrera, Leonett. (2015).	13
<i>Figura N. 2</i> Harinera del Valle. Comunicación Estratégica. (2017).	21
<i>Figura N. 3</i> Mapa genérico Adriana Tafur	24
<i>Figura N. 4</i> Mapa genérico Nohemy Cruz.....	25
<i>Figura N. 5</i> Mapa Genérico Gina Yisbet	25
<i>Figura N. 6</i> Mapa Genérico Eileen Moreno	26
<i>Figura N. 7</i> Mapa Genérico John J. Londoño.....	26
<i>Figura N. 8</i> Mapa genérico seleccionado.....	28
<i>Figura N. 9</i> Matriz de relaciones (Influencia/Impacto)	28

Resumen

La responsabilidad social corporativa es un compromiso que las empresas de todo el mundo tienen en cuenta independientemente de su tamaño. Por eso, en este trabajo, mostramos cómo la empresa Harinera del Valle puede lograr el objetivo de llevar a cabo su plan de responsabilidad social empresarial enfocado en buscar un beneficio por las comunidades que lo rodean en las áreas económica, social y ambiental.

Para este fin, este trabajo incorporó cada uno de los pasos necesarios para llevar a cabo un plan de responsabilidad social corporativa, comenzando con la dirección estratégica de la empresa, la evaluación del desempeño, el modelo de gestión seleccionado, la creación de un código de conducta para la empresa, la identificación y los compromisos de sus partes interesadas y, finalmente, las estrategias y objetivos que forman parte del plan de responsabilidad social corporativa para la empresa Harinera del Valle, en este proceso lo más importante fue tener en cuenta que es aún más esencial servir a la comunidad y cuidar el entorno que rodea a la empresa que solo ver el crecimiento de su dinero, que tiene que haber un equilibrio para que Harinera del Valle para este caso o cualquier empresa surja en todos los aspectos, que sus directivas o gerentes siempre tengan objetivos, estrategias claras y también un control para que el plan de responsabilidad social corporativa se cumpla y trascienda con el paso del tiempo

Abstract

Corporate social responsibility is a commitment that companies worldwide are taking into account regardless of their size, which is why in this work we have shown how the company Harinera del Valle can achieve the objective of carrying out its responsibility plan social business focused on seeking a benefit for the communities that surround it in the economic, social and environmental areas.

To this end, this work embodied each of the steps necessary to carry out a corporate social responsibility plan, starting with the strategic direction of the company, the evaluation of performance, the selected management model, creation of a code of conduct for the company, identification and commitments of its Stakeholders and finally the strategies and objectives that are part of the corporate social responsibility plan for the company Harinera del Valle, in this process the most important thing was to keep in mind that it is even more essential to serve the community and take care of the environment that surrounds the company that only see the growth of their money, that there has to be a balance so that Harinera del Valle for this case or any company arises in every way, that their directives or managers always have objectives , clear strategies and also a control so that corporate social responsibility plan is complied with and transcend with the passage of time.

Palabras clave (Mínimo 5)

Empresa, Responsabilidad, Social, Stakeholders, Informe

Keywords

Company, Responsibility, Social, Stakeholders, Report

Introducción

En el presente trabajo se elabora el Plan de Responsabilidad Social Empresarial, en adelante PRSE, para la empresa Harinera del Valle con el propósito de identificar y entender el rol que juegan las actividades de la empresa a favor del desarrollo sostenible, es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente, pensando en el bienestar y crecimiento de las comunidades o regiones donde la empresa están ubicadas.

Las empresas son parte de una gestión integrada de la sociedad por ello la propuesta del PRSE parte de la descripción y análisis del direccionamiento estratégico de Harinera del Valle su compromiso con la Misión, la Visión y los Valores y la participación de todos sus actores permitiendo realizar una evaluación de su desempeño, identificar los problemas de tipo económico, social y ambiental en los cuales se justifica el PRSE.

La elaboración del Código de Conducta permite a Harinera del Valle alinear los factores de direccionamiento con el desarrollo de sus actividades para proyectar su razón de ser a la sociedad determinando su imagen y proceder, se constituye como la guía en aspectos como la confidencialidad, actuar ante conflicto de intereses, conducta interna, contravenciones, resolución de conflictos y negociaciones, uso y manejo de la información, estrategias de comunicación, directrices a los factores culturales, sociales, y de religión.

El grupo de interés es una piza fundamental para Harinera del Valle, son las personas, las organizaciones, las comunidades, las que permiten desarrollar con éxito su PRSE, por ello los trabajadores, los proveedores, los accionistas, los competidores, la comunidad, el Estado, las empresas de logística, distribución, comercialización entre otros que se presentan para conformar el grupo de Stakeholders vinculados ente la influencia e impacto para la empresa.

Por último, con base en toda la información recopilada anteriormente se construye el PRSE de Harinera del Valle abordado las relaciones existentes entre la problemática identificada según la dimensión, el Stakeholders, el objetivo a trabajar bajo las estrategias diseñadas y los recursos físicos, humanos y técnicos que permiten medir a través de un indicador los resultados la implementación del plan y hacer seguimiento al mismo para que este se cumpla en los tiempos estipulados logrando cumplir su objetivo.

1. Objetivos

Objetivo General

Elaborar el Plan de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Harinera del Valle que permita a través de estrategias y objetivos medibles promover acciones internas y externas en beneficio de la sociedad.

Objetivos Específicos

- Identificar en la evaluación desempeño de la empresa Harinera Del Valle los impactos con mayor prioridad
- Redactar el código de conducta de la empresa Harinera del Valle
- Diseñar el mapa genérico de los Stakeholders para Harinera del Valle por participante y general
- Desarrollar el plan de responsabilidad empresarial para Harinera del valle donde se involucre a todos los actores que rodean la empresa
- Incentivar las buenas prácticas y mejorar acciones que permitan reducir el impacto ambiental negativo que causan algunos procesos a nivel interno
- Determinar el Modelo de informe de gestión ajustado al PRSE de Harinera del Valle.

2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa HARINERA DEL VALLE

Harinera del Valle es una empresa Colombia dedica a la producción y comercialización de productos de consumo masivo, dentro de los cuales se destacan: pastas La muñeca, harina de trigo Haz de Oroz, harina de maíz Doña Arepa, pan Santa Clara entre otros. Su sede central está en Cali, pero cuenta con puntos de venta y distribución en diferentes ciudades dentro de ellas Bogotá donde se concentra la mayor parte de su mercado

2.1 Direccionamiento estratégico de HARINERA DEL VALLE (Misión, Visión, Valores)

Misión:

Con marcas potentes y soluciones integrales, alimentamos hogares generando valor y bienestar.

Visión:

Ser una organización innovadora, rentable y sostenible con soluciones y marcas irresistibles que generan experiencias únicas en los mercados de alimentos nacionales e internacionales

Valores:

- Respeto a las personas
- Responsabilidad por los resultados
- Compromiso con la calidad y la excelencia
- Trabajo en equipo para incluir valor agregado, ética y transparencia en cada actividad
- Prácticas sostenibles.

2.2 Formato de evaluación del desempeño

En los últimos años el posicionamiento de Harinera del Valle es positivo en el mercado nacional, logrando un reconocimiento por la excelencia, alta calidad de sus productos y el posicionamiento de sus marcas en Colombia, por ello se presta en la Tabla 1. La información recopilada del análisis de direccionamiento empresarial. Informes de Gestión para identificar los problemas, el impacto y la prioridad de atención (alta, media, baja) base para el PRSE.

Tabla 1. Formato de evaluación Impacto Harinera del Valle

	Problema	Impacto	Prioridad atención (alta, media y baja)
Económico	Interno: Largas Jornadas laborales	La empresa se ve obligada a pagar horas extras excediendo su presupuesto	Baja
	Externo: No supe la necesidad de todos los segmentos de mercado	Son pérdidas para la empresa porque deja de vender sus productos	
Social	Interno: Pocas oportunidades de ascenso para los vendedores	Desmotivación y rotación del personal de ventas	Alta
	Externo: No hay un impacto social positivo de la empresa hacia la comunidad	Imagen negativa de la empresa que puede afectar sus ventas y crecimiento	
Ambiental	Interno: Alto consumo energético	Áreas de trabajo que consumen mucha energía	Media
	Externo: Contaminación auditiva	Plantas de producción con exceso de ruido	

Fuente: Los Autores

2.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

Como objetivo inicial en esta actividad el grupo desea establecer las actividades para la compañía Harinera del Valle y determinar de una manera idónea un plan de responsabilidad empresarial, llevado a cabo con estrategias y sugerencias pensadas en solucionar las falencias que tiene la empresa y con el compromiso que toda la compañía lo adopte de una manera grata.

De acuerdo con la evaluación de impacto, se detecta una problemática primordial en el aspecto social, en este sentido el enfoque estratégico va dirigido hacia a la comunidad que rodea y la que hace parte de Harinera del valle y desde allí desarrollar un plan de mejora que permita a la empresa tener un crecimiento sostenible desde la base laboral y en todo lo que

repercute hacia la comunidad como una empresa de oportunidad y de crecimiento no solamente económico si no social.

3. Código de conducta

El presente código de conducta es una guía a sus interesados sobre los valores, principios y ética empresarial que Harinera del Valle entrega en todas las actividades que desarrolla.

3.1 Modelo gerencial seleccionado para Harinera del Valle:

El modelo gerencial escogido para ser aplicado en la construcción del código de conducta para Harinera del Valle es Las Cinco Fuerzas de Porter, su gran aporte a la economía y desarrollo empresarial es por medio de una estrategia de marketing. La importancia se basa en maximizar los recursos y superar a la competencia, alcanzando las metas y objetivos propuestos desde la planeación estratégica competente, en la Figura N. 1 se describen las cinco fuerzas que integran las actividades de los actores principales en de la gestión de sana competencia comprometida con el respeto y la responsabilidad social de la empresa.



Figura N. 1 Cinco Fuerzas de Porter, Carrera, Leonett. (2015).

La ventaja competitiva toca varios aspectos en la empresa, dentro de estos están que la organización logre ser más rentable y que sobre salga por encima de sus competidores en el mercado ligada a la cadena de valor, es decir la estrategia que da valor a la empresa y por ello sus clientes la prefieren, además ninguna otra del sector la tiene, puede ser una o varias ventajas competitivas las que ayudan a la empresa a mejorar, crecer y ser más rentable. Otros elementos que aporta el modelo de la ventaja competitiva para la construcción del código de conducta para la empresa seleccionada son:

- ✓ Búsqueda de ser mejor y sobresalir en un mercado versátil
- ✓ Tener siempre un diferencial
- ✓ Utilizar la innovación como herramienta de cambio

Permite idear la forma de competencia dentro de una industria y analiza la manera de desarrollar una estrategia de negocio por lo que esta herramienta nos permitirá conocer el grado de competencia que tiene la industria nos permitirá revisar dentro de ella misma y generar estrategias en pro del aprovechamiento de oportunidades y amenazas.

Definitivamente el modelo puede ser aplicado en Harinera del Valle para el desarrollo del código de conducta dado que su actividad productora industrial y comercial cubre los escenarios completos de interacción entre productores, proveedores, empresa, abastecedores, distribuidores, competidores y clientes. Al centrar sus estrategias en buscar esta ventaja competitiva la empresa a través de sus valores sólidos puede evolucionar de manera positiva en todos sus aspectos social, ambiental, cuidado del recurso humano y desarrollo económico.

3.2 Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.

La iniciativa mundial aplica es el GLOBAL COMPACT

El Global Compact es el Pacto Mundial de Naciones Unidas es la iniciativa aplicada al código de conducta de Harinera del valle, conozcamos un poco de que se trata:

El Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) es una iniciativa internacional que promueve implementar 10 Principios universalmente aceptados para promover el desarrollo sostenible en las áreas de Derechos Humanos y Empresa, Normas Laborales, Medio Ambiente y lucha contra la Corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas. Con más 12.500 entidades adheridas en más de 160 países, es la mayor iniciativa de responsabilidad social empresarial en el mundo. (Pacto mundial Red Española 2016)

Es una iniciativa muy completa ya que toma varios aspectos importantes en la ejecución de un código de conducta empresarial. Harinera del Valle es una empresa que busca sobresalir y dentro de su visión está el ser una empresa innovadora y sostenible esto se logra si hay un equilibrio en el tema social, ambiental, económico, sostenibilidad, entre otros, el Global Compact tiene dentro de sus principios prácticos muchos de estos temas, es por ello por lo que ha sido escogido como la iniciativa mundial para ser aplicada en el código de conducta de la empresa.

3.3 Código de conducta Harinera del Valle

Para Harinera del Valle es importante fundamentar su código de conducta en los valores, compromisos, visión y misión asumidos en su cadena de valor y meta de sostenibilidad para ser líderes en el mercado en cumpliendo con las normas, leyes comerciales, civiles, jurídicas, laborales, ambientales y sociales nacionales e internacionales.

El presente código también permite realizar una revisión a las áreas y los procesos para que se identifique como los colaboradores desde sus funciones aportan para que la compañía sea cada día más competitiva siempre ligado las políticas internas.

El propósito de la compañía es fortalecer las habilidades de los empleados auto gestionando su preparación y desarrollo profesional y que así el personal sea idóneo para las funciones asignadas; teniendo en cuenta esto el código de conducta propone que desde el interior de la compañía y su recurso humano se vele y cumpla que todo lo allí descrito, sea un reflejo de lo que cada uno quiere y que así mismo se cumpla lo determinado, creando en sus colaboradores una cultura organizacional y clima laboral exitoso donde se sientan reconocidos en sus labores y puedan transmitir en intercambio con sus actividades este código a las demás personas del grupo de interés.

3.3.1 Confidencialidad empresarial

Harinera del Valle se compromete a velar y proteger toda la información, ya sea de carácter oficial o privada y en cualquier formato que provenga de la Empresa, empleados, accionistas, proveedores, clientes u otros miembros del grupo de interés.

- ✓ Responsabilidad en el uso de información privada y su divulgación puede afectar seriamente a la empresa, a los clientes o proveedores, ya que puede ser tomada como conflicto de intereses o de manera negativa para nuestro desempeño.
- ✓ Todos los colaboradores que tienen acceso a información confidencial empresarial o del personal deben proteger adecuadamente estos datos y compartirla solamente con personal autorizado o con finalidad comercial según sea el caso y en caso de que haya lugar a una actividad sospechosa debe ser informada de manera inmediata a su superior o al departamento de fraude de la organización.
- ✓ El comité ético podrá realizar las investigaciones a que se tenga lugar en caso de que así se considere necesario, y cualquiera de los colaboradores que allí se encuentren implicados deben estar en la capacidad de ofrecer las respectivas explicaciones y suministrar la información necesaria para la aclaración de dicho suceso.
- ✓ Toda información en poder de los funcionarios de la Empresa deberá ser tratada bajo las normas actuales de habeas data y los parámetros de integridad, disponibilidad, privacidad y reserva que a su vez permita comunicar a los interesados.

3.3.2 Conflicto de interés

Los funcionarios y proveedores de Harinera del Valle deben comunicar a la alta gerencia la posible situación que se presente asociada a los conflictos de intereses, generados por acciones que vayan en contra de los valores corporativos, principios éticos en los cuales se basa la planeación estratégica de la compañía. Prevalenciando los intereses de Harinera del Valle ante los intereses personales, económicos y sociales que puedan generar los colaboradores, los proveedores y contratistas.

Los empleados, proveedores y demás grupo de interés deberán denunciar cualquier situación que pueda generar conflicto de intereses con el fin de identificar y regular cada una de las acciones, y/o terceros que afecten la tranquilidad y seguridad de la compañía.

3.3.3 Conducta Interna:

En Harinera del Valle se busca el fomento de los valores empresariales en todas actividades que se realizan cotidianamente, tanto los trabajadores, directivos, proveedores, contratistas y demás personas del grupo de interés comprometiéndose a edificar con el ejemplo un ambiente cordial de respeto y colaboración.

Ámbito Interno:

- ✓ Contribuir al logro de los objetivos de la empresa, crecimiento, sostenibilidad y rendimiento de los procesos desarrollados en las labores diarias.
- ✓ En todos los niveles jerárquicos se espera coherencia y dinamismo para asumir consecuentemente los fallos o reconocer los éxitos de los empleados.
- ✓ Se apoya y motiva el crecimiento profesional y laboral de sus empleados a través de auxilios para capacitaciones y el desarrollo de estudios.
- ✓ Mantener un trato interpersonal digno, respetuoso e inclusivo, en el que no se presenten amenazas, maltrato, explotación o abuso sexual, acoso moral, psicológico, laboral o sexual sobre los empleados o directivos o personas externas que realizan actividades en la empresa.
- ✓ En los sistemas y métodos de control y evaluación se prohíbe el trabajo forzado, sobrecargado o sobre dimensionado a las capacidades y obligaciones del contrato laboral, de igual manera los métodos de coartación, violencia psicológica, amenazas constantes, violencia física o cualquier otra acción de acoso o abuso a los trabajadores.
- ✓ Velar el cumplimiento de las jornadas laborales de acuerdo con las leyes actuales en el país garantizando el cumplimiento de las horas y días laborales, así como el descanso para el desarrollo personal del empleado en su entorno social, familiar, académico, deportivo, cultural o cualquier otro que desarrolle.

- ✓ Se garantiza que no habrá discriminación en la contratación de personal por cuestiones de sexo, raza religión, edad, capacidad física, orientación sexual, nacionalidad o cualquier otro. Con igual de oportunidades para hombres y mujeres basado en sus méritos y capacidades laborales.
- ✓ Proveer condiciones necesarias para mantener un lugar de trabajo seguro, saludable, amigable con el ambiente y responsable con su entorno social.
- ✓ Atender con amabilidad, claridad y cumplimiento diseñado por Harinera del Valle con sus distribuidores y clientes.
- ✓ Se prohíben actos físicos, lenguaje verbal o escrito ofensivo o violento que perjudiquen la reputación y el nombre de la empresa.
- ✓ Cumplimiento de las políticas nacionales e internacionales contra la corrupción, extorsión o soborno.
- ✓ Cada empleado, contratista y proveedor debe actuar y realizar cada una de sus funciones de una manera ética y honesta en los procesos respectivos a su labor.
- ✓ Se promueve la participación, cooperación e iniciativa de construcción de propuestas en pro de mejorar la competitividad de la empresa, derechos de asociación laboral, mecanismos de cambio y gestión de integración con las políticas ambientales de la empresa.

Ámbito externo:

- ✓ Todas las personas del grupo de interés tienen el derecho y el deber de cumplir el código de conducta de Harinera del Valle mientras dure su vínculo comercial o laboral.
- ✓ Actuar de manera diligente y eficiente en el desarrollo de las actividades y ejecución de compromisos entre las partes en función de las capacidades propias evitando afectar colateralmente por negligencia, descuido, indiferencia o a propósito a otro miembro del grupo.
- ✓ Se tiene el deber de proporcionar artículos y elementos seguros, saludables de alta calidad de materia prima, fabricación, comercialización y distribución en un marco de sostenibilidad ambiental y social.
- ✓ Todos los miembros del grupo se comprometen a prácticas de competencia leal, campañas de márketing responsable, cumplimiento de las normas comerciales, laborales, ambientales y sociales tanto nacionales como internacionales.

3.3.4 Favores comerciales

Esta práctica está prohibida en Harinera del Valle. Los proveedores no deben involucrar negociaciones con detalles, donaciones, invitaciones ni regalos de alto costo donde los funcionarios se vean comprometidos en intereses ajenos a los procesos.

Harinera del Valle establece como favores comerciales solamente las comisiones por pronto pago, descuentos en artículos, promociones y otros regalos o agradecimientos de realicen los clientes o proveedores con el previo visto bueno del Gerente General y que sea dirigido en beneficio de toda la empresa. En todo caso que no contravengan o afecten la dinámica de los empleados al ser dirigidos de forma personal.

3.3.5 Contravenciones

Harinera del valle se ha caracterizado por ser una empresa que siempre cumple con la normatividad y las leyes que hay en el país tanto la compañía como los colaboradores se les exige que se cumpla a cabalidad con todo lo que la ley dicta.

3.3.6 Negociaciones

Harinera del Valle tiene como pilar fundamental que sus proveedores deben contar con la certificación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 durante 2018.

- ✓ Los proveedores son auditados y asesorados por un equipo interdisciplinario de Harinera del Valle, el objetivo es garantizar las buenas prácticas de negociación evitando riesgos y para esto se realizan auditorias periódicas.
- ✓ La transparencia en nuestros procesos es el sello primordial de nuestra estructura de negocios y así debe verse reflejada en nuestros clientes y proveedores ya que de lo contrario esta falta será tomada como una violación directa a nuestras normas.
- ✓ No obtenemos favores o prebendas especiales haciendo valer nuestra condición de directores o Empleados. Solo aprovechamos los beneficios que son concedidos de manera clara e igualitaria para todos los directores o Empleados, siempre y cuando los mismos hayan sido expresamente autorizados por la organización.
- ✓ Es deber de nuestra organización tomar decisiones en beneficio de esta y no basados en intereses personales. Se debe evitar cualquier interés externo que afecte la capacidad de la organización de realizar objetivamente el trabajo en nombre de Harinera del Valle o de sus clientes.
- ✓ Dentro de la comunicación efectiva y eficiente encontramos la legalidad en los informes proporcionados a cada uno de los entes que rigen la organización por lo que es indispensable registrar y notificar al área correspondiente todos y cada uno de los

movimientos relacionados con la compañía, así mismo deben quedar gravados en el sistema de negocios empresarial creado para tal fin.

- ✓ La información allí consignada debe ser veraz, completa y exacta puesto que de allí se tomará la información financiera de la empresa, la cual será presentada ante los entes gubernamentales que rigen nuestra operación, transparencia y calidad en los procesos y negocios realizados

3.3.7 Uso de la información de la empresa

- ✓ Cumplimiento con la política de protección de datos y derechos de autor la empresa se compromete a velar por los derechos y deberes de todos los miembros del grupo de interés en el uso adecuado de la información.
- ✓ Toda la información cualitativa o cuantitativa de Harinera del Valle es valorada y ratificada por el comité de responsabilidad social, tanto los estados financieros avalados por el equipo de auditoria interna, los comunicados emitidos, memorandos, actas, acuerdos comerciales, comunicación por correo electrónico y todas las fuentes de interacción de información con los miembros del grupo de interés
- ✓ Todos los empleados firman, se comprometen y son responsables de la confidencialidad de la información de procesos, documentos legales y demás información que una vez esté relacionada con la compañía no sea divulgada bajo ninguna circunstancia en el mercado externo con el fin de evitar filtros en la información a terceros y sabotaje industrial.
- ✓ La empresa utiliza software licenciado cumpliendo con los derechos de autor y uso de los medios y canales de información tecnológica según las leyes, no se permiten copias de programas ni utilización de códigos fuente no autorizados en el desarrollo de aplicaciones internas o de uso diario por parte de los empleados.
- ✓ La empresa invierte en la seguridad informática protegiendo los equipos, programas e información susceptible a jaqueo, copias, o daños de terceros.
- ✓ El uso de internet y correo electrónico es carácter específico a las funciones de cada empleado y no se debe utilizar con fines personales ajenos a la empresa.
- ✓ No se permite a los empleados el ingreso a páginas con contenidos para adultos ni ningún material que viole la ley y los derechos de otras personas, se vigila el uso y responsabilidad de la información utilizada para afectar la dignidad, buen nombre y reputación de otra persona en las redes sociales u otras canales de comunicación.

3.3.8 Comunicaciones estratégicas

La comunicación estratégica está integrada con la planeación la cual se convierte en una herramienta poderosa para lograr alcanzar la misión de la compañía. Si se cuenta con una buena comunicación estratégica se puede lograr una imagen interesante para promover mejor los productos y servicios de la compañía en el mercado y aportar al cambio social. Como se muestra en la Figura N.2 la comunicación estratégica en Harinera del valle se fundamenta en cinco pilares, colaboradores, clientes, proveedores, consumidores y comunidades para cada uno se determina un canal e interacción directa y eficiente con cada actor del grupo de interés.

3.3.9 Cultura, social y religión

Cultura: La sostenibilidad no solo depende de lo económico o del bienestar de los grupos de interés sino de que brindar soluciones al planeta que habitamos, apoya y participa con actividades para las buenas prácticas y comportamientos sostenibles.

En Harinera del Valle la caracteriza que sus colaboradores, proveedores, clientes, accionistas y comunidades cercanas deben estar en su modo de actuar y en sus actividades diarias enmarcados en los valores corporativos, con cumplimientos en las normas y procedimientos para la consecución de los objetivos de la compañía. Para esto la organización realiza diferentes capacitaciones y un acompañamiento previo para implementar mejoras y generar mejores resultados. Para Harinera del Valle es muy importante que sus empleados tengan un excelente clima laboral, se sientan cómodos y que cumplan sus metas personales, ya que un empleado feliz es productivo.

Social: Para esta compañía es importante el crecimiento personal, extenderse el plano laboral y fortaleciendo de la calidad de vida familiar y social. Para Harinera del Valle es importantes que sus funcionarios se sientan orgullosos de trabajar en esta organización que valora el bienestar y la confianza en la empresa. Así mismo es importante que los trabajadores que ingresan por temporal sean vinculados directamente para mejorar su contrato laboral, que su remuneración sea por encima del salario vigente, que tengan estabilidad laboral y crecimiento y que cuenten con evaluaciones y desarrollo de competencias para su cargo y posibles accensos.

Religión: En Harinera del Valle se respeta la religión de sus colaboradores, proveedores y demás grupos de interés y está abierta a las creencias de sus colaboradores con tal que esto no influya en sus funciones y en su trabajo.

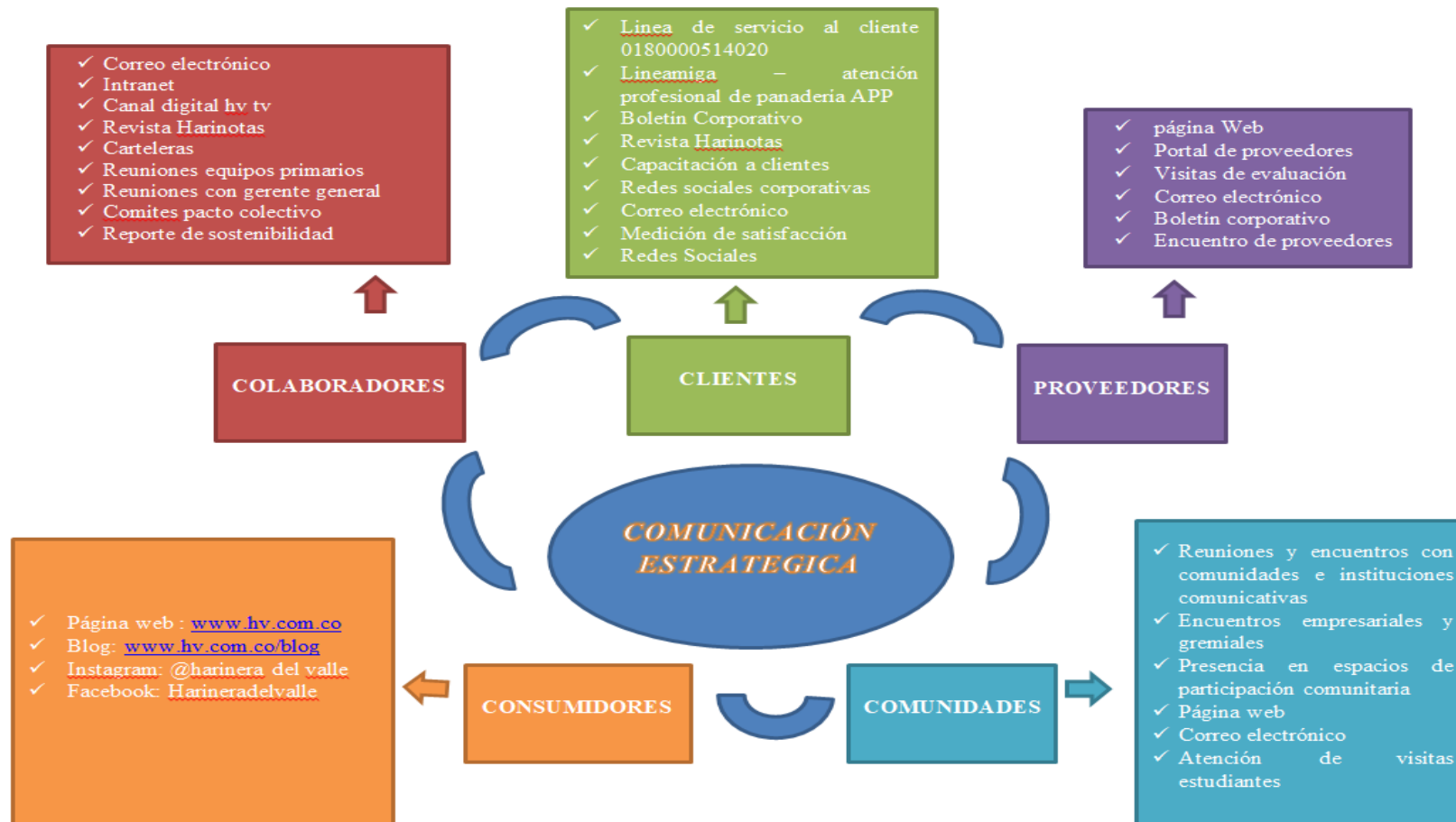


Figura N. 2 Harinera del Valle. Comunicación Estratégica. (2017).

3.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta

Con el fin de que se garanticen los registros financieros y comerciales de Harinera del Valle se realizan una serie de requerimientos contables y estados financieros, como también informes de calidad en los procesos, registros de horarios, registros de gastos, entre otros. Los Recursos Financieros y de inversión para el código de conducta empresarial para la empresa seleccionada Harinera del Valle:

Seguridad: Harinera del Valle no desconoce las dificultades con las que se afronta el país por el repunte del dólar y el impacto en la nueva reforma tributaria, sin embargo, la idea es ser más eficientes y fortalecer la planta principal en Cali.

Liquidez: Es de gran importancia que Harinera del Valle de valor a sus activos financieros para que en caso de necesitarse pueda convertirlo en dinero a corto plazo, siendo así una empresa sólida y representando positivamente las inversiones dentro de la compañía.

Rentabilidad: El compromiso con la sociedad es en dos sentidos: por una parte, generar y distribuir valor económico generando empleo y aportando al desarrollo regional y local mediante el pago de impuestos y las diferentes acciones que realizamos para compartir valor y generar bienestar a nuestros proveedores, clientes, asociados, accionistas y comunidades cercanas a las plantas.

Diversificación: Harinera del Valle cuenta con varios proveedores en los cuales está encaminado el desarrollo y fortalecimiento de la cadena de abastecimiento para contribuir al logro del objetivo de desarrollo sostenible, el empleo y el trabajo de esta manera se obtienen ganancias sin necesidad de diversificar.

No especulación: Los productos de Harinera del Valle se encuentran en su mayoría posicionados en la mente de los consumidores por lo tanto no hay necesidad de manejar bajas en los precios con el fin de vender, por esta razón los consumidores buscan calidad y practicidad al momento de realizar sus compras-

Valores éticos y morales: Dentro de Harinera del Valle se tendrá en cuenta la importancia de los recursos financiero hacia nuestros emisores, generando así respeto a las personas, responsabilidad por los resultados, toma de decisiones éticas, ágiles y disciplinadas, pasión por innovar y crear soluciones, trabajo en equipo y enfoque en el cliente.

En Harinera del Valle además de contar con el código de ética y de conducta se adhiere a otros códigos externos que aporta y fortalece a nivel local, gremial y local como lo es el de pacto global, ANDI (asociación nacional de industriales).

Periódicamente los proveedores deben revisar el código de ética y conducta que se encuentra en la página web www.hv.com.co

El código de conducta se entrega en el momento que cada funcionario ingresa para tener la claridad de las normas, procedimientos y valores de Harinera del Valle. Así mismo para los proveedores y demás grupos de interés.

En la planta de Harinera del valle y de los proveedores deben tener reproducir el código para de esta manera que sus colaboradores están recordando valores, normas y procedimientos y de esta manera los realicen en cada una de sus actividades diarias.

A continuación, en la Tabla 1. Se relacionan los conceptos y los recursos económicos proyectados necesarios para la construcción, implementación y seguimiento al código de conducta para Harinera del Valle.

Tabla 2. *Recursos Financieros del Código de Conducta*

DESCRIPCION	VALOR
RECOPIACIÓN DE LA	\$60,000
INFORMACIÓN Y REDACCIÓN	
CAPACITACIONES LABORALES	\$80,000
IMPRESIONES Y FOTOCOPIAS	\$30,000
COMUNICACIÓN Y	\$120,000
TECNOLOGÍA	
CARTILLAS	\$60,000
INSUMOS DE PAPELERÍA	\$20,000
TOTAL	\$370,000

Fuente: Elaboración propia

4. Stakeholders

Se refiere a todas aquellas personas u organizaciones afectadas positiva o negativamente por las actividades y las decisiones de una empresa

4.1 Breve descripción de los Stakeholders

En Harinera del Valle, además de sus propietarios, participan diversos actores claves y grupos sociales que están constituidos por las personas o entes que, de una manera u otra, tienen interés en el desempeño de la empresa porque están relacionadas, bien directa o indirectamente en las distintas actividades que realice.

4.2. Mapa genérico de Stakeholders de cada uno de los participantes

Con la identificación de cada mapa de Stakeholder por cada uno de los integrantes de este grupo colaborador se busca presentar las diferentes propuestas para lograr identificar la más completa para el desarrollo del PRSE.

En la Figura 3. los Stakeholders Internos permiten realizar las actividades propias para su desarrollo empresarial, como los empleados y su bienestar integral, los Accionistas y su compromiso, los proveedores de insumos que brindan calidad y confianza en la materia prima, Proveedores de servicios con respaldo y garantía, los Comercializadores donde las marcas y los productos son desarrollados según las necesidades del mercado y los Distribuidores encargados de la logística y movimiento de inventarios desde las plantas a los puntos de destino.

Los Stakeholders Externos le permite ser parte activo de su contexto social, como la contribución con la comunidad con el desarrollo de programas para población vulnerable, centros culturales y programas deportivos entre otros, los competidores presionando por la innovación y la diversificación de los productos a ofrecer, la Administración pública con los lineamientos, normas y políticas para el libre desarrollo comercial, los clientes como supermercados de cadena, tiendas, supermercados y consumidores toda persona que disfruta de producto alimenticio que se produce, comercializa o distribuye por la empresa.

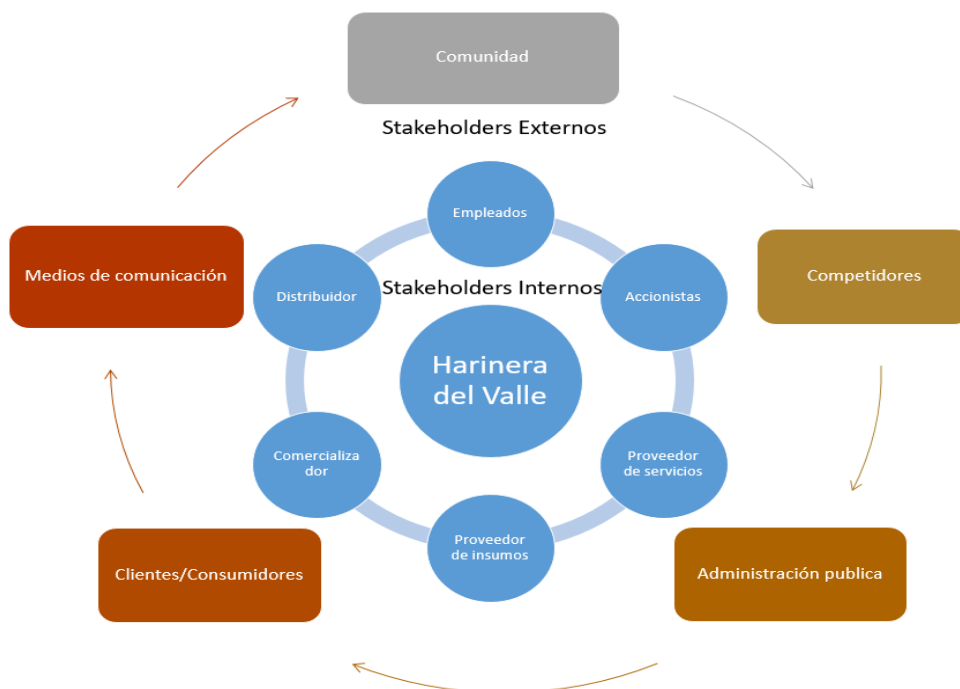


Figura N. 3 Mapa genérico Adriana Tafur

En la parte superior e inferior de la figura 4. se pueden observar los actores más importantes en el ciclo productivo y comercial. Los clientes y los proveedores sin ellos Harinera del Valle no lograría mantenerse en el mercado ni ser una empresa rentable y sostenible, en la parte izquierda observamos los Stakeholders internos aquellos que dentro de la empresa son los responsables de las diferentes tareas y toma decisiones buscando siempre

cumplir con los objetivos de la misma y con eficiencia lograr que esto sea posible, en la parte derecha observamos los Stakeholders externos que también son importantes para la empresa pues aunque no participan directamente de su operación se ven afectadas por el desarrollo de la misma en el mercado, además su influencia también puede afectar positiva o negativamente



Figura N. 4 Mapa genérico Nohemí Cruz

Los actores internos y externos que conforman los stakeholder de Harinera del Valle que se definen en la Figura 5. Encontramos el grupo de externos los clientes son todas aquellas a los cuales se les venden los productos supermercados, panaderías, tiendas entre otros distribuidores y comercializadores, gobierno, banco sociedad, medios de comunicación competencia entre otros, en el grupo de internos los proveedores, empleados y accionistas

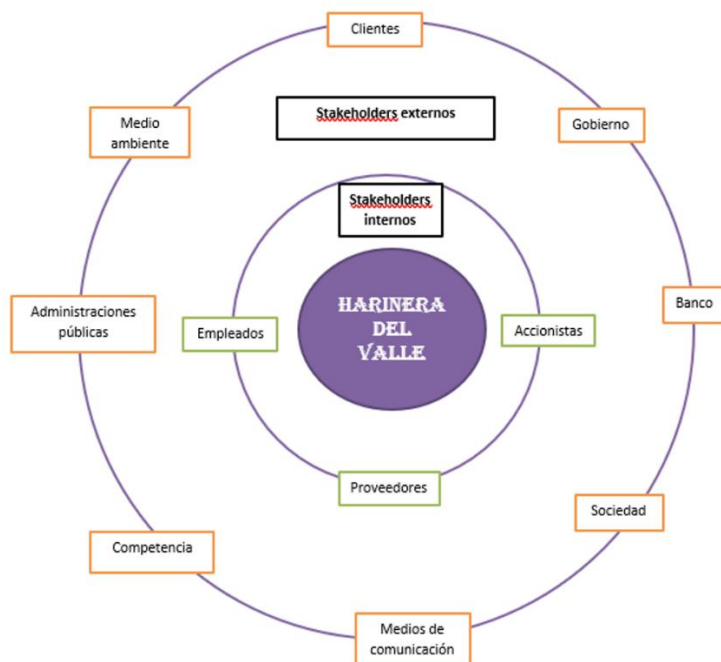


Figura N. 5 Mapa Genérico Gina Yisbet

La conformación de Stakeholders definido en cuatro grupos importantes como los son los consumidores, competencia, vendedores y proveedores están representados en la figura 6.



Figura N. 6 Mapa Genérico Eileen Moreno

En la figura 7 podemos observar todos los grupos de interés que giran alrededor de la Harinera del Valle, las flechas en doble sentido generan un vínculo de beneficio propio en donde todos los actores juegan un papel fundamental. Los Stakeholders están categorizados en cuatro grupos, proveedores y clientes, donde básicamente se centra la operación y sectores internos y externos, los primeros son lo que hacen posible que la empresa funcione y los segundos son todos los ambientes que giran alrededor de la operación



Figura N. 7 Mapa Genérico John J. Londoño

4.3. Mapa genérico seleccionado con la respectiva explicación ampliada

Se observan los actores del grupo de interés de Harinera del Valle, estos se identifican como un elemento esencial en la planificación estratégica, debido a la relación recíproca entre esta y la sociedad con el fin de alcanzar un objetivo del bien común.

La consolidación de actores interesados en Harinera del Valle se puede consolidar como se muestra en la figura N.8, para definir cada Stakeholders que puede afectar o que son afectados por la empresa se describen por separado así:

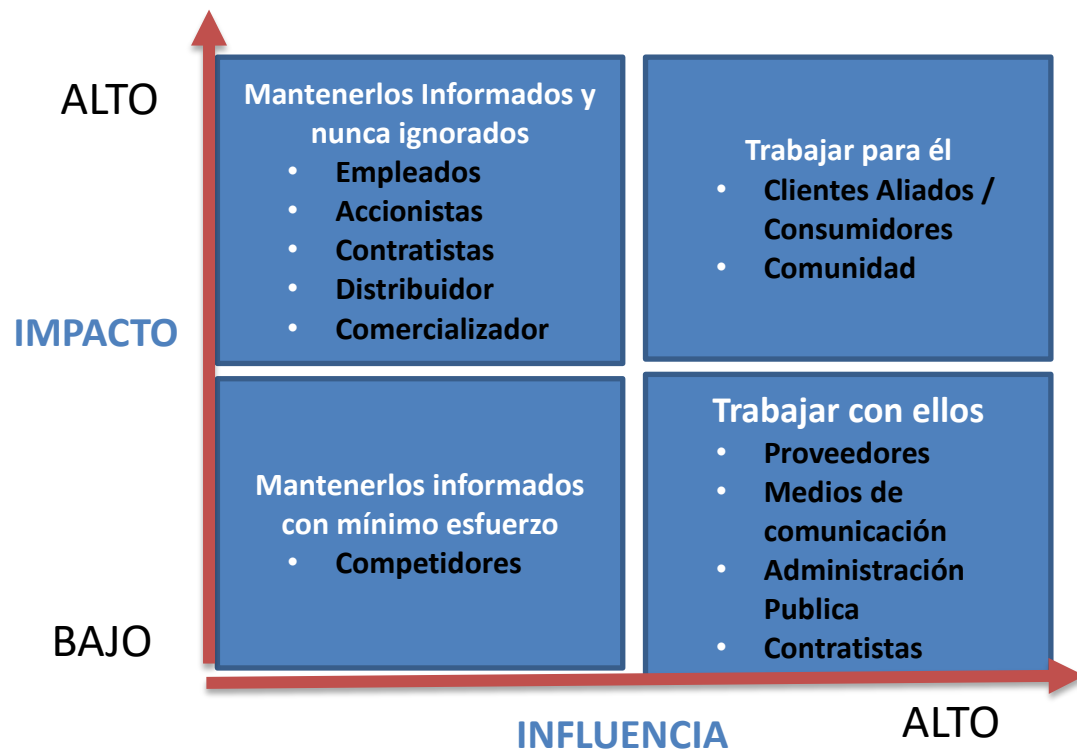
- ✓ Comunidad: Corresponde a las personas de su zona de influencia, vecinos cercanos, ciudad – Cali departamento del Valle del Cauca el país.
- ✓ Competidores: Productores y comercializadores de productos alimenticios procesados con base en el grano de trigo y maíz, de orden nacional e internacional.
- ✓ Administración Publica: Entidades que regulan el cumplimiento de las normas y políticas de comercialización, INVIMA, ANDI, Cámara de Comercio, OMC entre otras como la Federación Nacional de Molineros de Trigo
- ✓ Clientes: Clientes aliados: Supermercados de Cadena, panaderías industriales y locales, tiendas, Institucionales.
- ✓ Consumidores: personas que consumen los productos.
- ✓ Medios de Comunicación: Personal encargado de la comunicación formal e informal de las actividades de la empresa.
- ✓ Empleados: Recurso humano vinculado por un contrato laboral para prestar un servicio o realizar una actividad de la empresa. Gerentes, Directivos, Coordinadores, Operarios.
- ✓ Accionistas: Empresa Familiar Paz Bautista
- ✓ Comercializadora: Personas encargadas de la transacción mercadeo, ventas, entre la empresa los clientes aliados y el consumidor final.
- ✓ Distribuidores: Personal encargado transporte y logística de envíos, encargan de masificar los productos.
- ✓ Proveedor de Insumos: Suministran materia prima, productos terminados para distribución como es el caso de las marcas de las cuales es distribuidor autorizado.
- ✓ Proveedor de Servicios: Empresas que prestan servicios en diferentes disciplinas y escenarios, aseo, vigilancia, consultoría, asesoría.



Figura N. 8 Mapa genérico seleccionado

4.4. Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre la empresa Harinera del Valle y los Stakeholders (actores) identificados.

Como se presenta en la Figura 9. La conformación de la matriz se presenta una relación de impacto alto los stakeholder de Empleados, Accionistas, contratistas, Distribuidor y Comercializador es importante mantenerlos informados y nunca ignorados ya que estos influyen a la empresa de manera directa e impactan positiva o negativamente sus actividades, la empresa busca impactar e influir en el grupo para el cual trabaja que son los clientes, consumidores y la comunidad. De manera secundaria con un impacto bajo a través de una comunicación escasa y de mínimo esfuerzo se clasifican los competidores, para quienes influyen de manera no tan directa con un impacto menor se clasifican los proveedores, medios de comunicación, administración Pública y contratistas ya que la empresa es quien los selecciona y está libre de realizar ajuste a consideración.



5. Plan de responsabilidad social empresarial

5.1 Plan de responsabilidad social empresarial empresa Harinera del Valle

Para Harinera del Valle es importante integrar su compromiso y acciones económicas con las sociales y medioambientales junto con unas excelentes con su grupo de interés o stakeholders, por ello presenta en la Tabla 3. El plan de responsabilidad social empresarial con una visión a largo plazo, documento que le permite gestionar y evaluar desde todas las áreas de la empresa el desarrollo de cada objetivo dando respuesta a las necesidades planteadas por el grupo de interés.

Tabla 3 *Plan de responsabilidad Social Empresarial Harinera del Valle.*

Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Clientes/ consumidores	Establecer precios razonables para que los consumidores puedan obtener productos de primera necesidad.	Realizar estudios de mercado y comparar precios con los competidores, determinar las necesidades básicas de alimentación.	6 meses	Todo el personal de mercadeo, equipos de oficina, papelería, Sistemas operativos de costos y ventas, espacios físicos para reuniones	Margen de contribución es la diferencia entre ingresos totales - costos totales con relación al ingreso total $MC = IT - CT / IT$	Reuniones cada 15 días. Informes semanales
	Competidores	Innovar en el desarrollo de nuevos productos con calidad y dinamismo en las necesidades del mercado nacional e internacional.	Actualizar las plantas con tecnología de punta, invertir en estudios e impacto de mercado y expandir mercados locales y extranjeros siendo una empresa colombiana para el mundo.	1 año	Personal de producción, personal de mercadeo, Inversión en herramientas, infraestructura, tecnología, capacitación de empleados, estudio de mercados.	Competitividad = resultado actual de la empresa / Resultado mejor de la competencia $C = RAE / RC$	Informe mensual.

Social	Accionistas	Garantizar los recursos financieros para sostenibilidad y crecimiento de la Empresa.	Realizar inversiones en acciones y bonos a largo plazo con riesgo moderado y alta rentabilidad a través de los cálculos de la teoría de Markowitz para la valoración de activos.	1 año	Personal Oficina Financiera, Junta de accionistas, servicios bursátiles, herramientas de informes análisis económico, papelería, salas de juntas, elementos de cafetería.	PER = Precio de la acción / Utilidad por acción	Informe cada mes. Reuniones extemporáneas cuando se requiera. Reporte Diario movimiento de bolsa Nacional e internacional
	Empleados	Implementar protocolos y actividades de selección y contratación de empleados.	Dar los tips necesarios y complementar los conocimientos con nuevas estrategias que se pueden utilizar en el momento de la contratación.	6 meses.	Instalaciones de capacitación y selección, plegables y/o material didáctico con la información más relevante.	Número de contratistas seleccionados/ Número Total de Contratistas	Mensual, con las planillas establecidas.
	Proveedores de servicios	Contratar servicios externos alineados con la cultura empresarial.	Vincular los contratistas de servicios a la política de transparencia y equidad laboral, bienestar social y calidad.	Durante la vida empresarial	Recursos humanos, herramientas de evaluación, tecnología de análisis de información	(Número de proveedores aprobados/Número de proveedores evaluados)*100	Informe semestral
	Comunidad	Contribuir con el bienestar integral de las comunidades vecinas a las plantas de producción.	Implementar centros de cultura y deporte a niños jóvenes y adultos mayores con actividades dirigidas y enfocadas a sus necesidades con alianza en la Administración Distrital.	1 año	Arrendamientos de locales, implementos de deporte, implementos musicales y de pintura, mobiliario (sillas, mesas, estantes,), equipos de cómputo, Profesores, papelería y cafetería.	Inversión total en el centro/ número de participantes beneficiarios.	Informes de gestión mensual.
	Medios de Comunicación	Enfocar la publicidad de la empresa logrando un aumento en las ventas	Utilizar medios de comunicación de alto impacto como el internet y redes sociales para difundir la publicidad transmitiendo las buenas prácticas de	6 meses	Plataformas virtuales. Equipos tecnológicos. Compromiso y trabajo del área de Marketing	Inversión en publicidad/total de aumento en ventas	Informe cada dos meses con resultados obtenidos

la empresa

Ambiental	Comercializador	Disminuir la cantidad de productos y o papel y a la vez que estos se puedan reutilizar.	Capacitar a todos los empleados de la necesidad de reciclar, asignar un equipo de dar manejo a los residuos de la compañía, buscar proveedores que ofrezcan productos que nos ayuden con la causa.	1 año	Capacitación de personal en cuenta a la importancia del reciclaje, canecas de diferentes colores, bodega de tratamiento del reciclaje	(Material de papel requerido /Material de papel total)*100	Reporte bimensual.
	Distribuidor	Controlar la contaminación visual y auditiva dentro de los puntos de venta	Minimizar el uso de la publicidad como pendones, afiches, pancartas, volantes etc. utilizando solo la necesaria para la promoción de los productos si este lo requiere. Control del ruido evitando el uso del perifoneo y música dentro de los establecimientos	1 año	Conferencia informativa sobre el manejo de la contaminación visual y auditiva para los todos los empleados que laboran en los puntos de venta. Refrigerios para dar en la conferencia valor aproximado\$2000 c/u	% = (Control de Puntos Medidos / Total puntos requeridos) *100	Mediciones de contaminación auditiva y visual percibida en el lugar e informes
	Proveedores de Insumos	Comprar productos que cumplan con los estándares de calidad y sean amigables con el medio ambiente	Selección de los proveedores por parte del área encargada de compras mirando el compromiso en el área ambiental de la empresa contratante. Estar atentos de exigir	2 años	Capacitación al personal de compras y logística sobre normas de calidad. Papelería. Investigaciones en páginas web sobre los proveedores	Número de Productos comprados certificados/ Número total de productos requeridos	Informe mensual con los resultados obtenidos

a os proveedores que
cumplan con los
estándares y normas de
calidad vigentes

Administración Publica	Entregar las licencias y permisos solicitados, para que Harinera del Valle sea una empresa con responsabilidad social empresarial.	Realizar reuniones y auditorias que nos permita tener seguimiento y actualizar las normas y licencias de la compañía cumpliendo con estándares de alta calidad en los procesos.	1 año	1. Recursos Físicos: auditorio. Oficinas 2. Recursos humanos: socios, Gerente, Coordinador de sistemas de gestión de calidad. 3. reuniones con las entidades del gobierno.	Número leyes cumplidos / Número total de leyes	Seguimiento anual
---------------------------	---	---	-------	---	--	----------------------

Fuente: Elaboración Propia

5.2. Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders)

En el diseño del plan de responsabilidad social de Harinera del Valle es importante determinar la dimensión la frecuencia y el medio para conformar el plan de comunicaciones tanto el grupo de interés interno como externos, en la Tabla N.2 se describen estos aspectos para dar cumplimiento a los objetivos y estrategias planteadas.

Tabla 4. *Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders) internos y externos*

Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Cientes/ consumidores	Bimestral	Eventos especiales
	Competidores	Anual	Correo
	Accionistas	Semestral	Eventos especiales
Social	Empleados	Semanal	Videos corporativos / Blogs
	Comunidad	Mensual	Eventos especiales
	Proveedores	Semestral	Eventos especiales
Ambiental	Administración publica	Mensual	Publicación de informes y artículos
	Comercializador	Mensual	Interpersonal
	Distribuidores	Mensual	Interpersonal
	Medios de comunicación	Trimestral	Social media

Fuente: Los Autores

5.3. Modelo de informe de gestión recomendado

El modelo de informe de gestión que se puede ajustar al PRS para la empresa Harinera del Valle es el Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) Red española como se describe en su página de internet:

“Es una iniciativa internacional que promueve implementar 10 Principios universalmente aceptados para promover el desarrollo sostenible en las áreas de Derechos Humanos y Empresa, Normas Laborales, Medio Ambiente y lucha contra la Corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas. Con más 12.500 entidades adheridas en más de 160 países, es la mayor iniciativa de responsabilidad social empresarial en el mundo. (Pacto mundial. Red Española, 2016).

Este modelo internacional es bastante completo y se ajusta la PRS para Harinera del Valle teniendo en cuenta, que la empresa se propone unos objetivos con sus stakeholders basados

en estrategias de tipo social, ambiental y económico, temas que son parte importantes en el Global Compact pues sus principios están enfocados a que las empresas sean transparentes y correctas en todo sus componentes exaltando el recurso humano y el medio ambiente además que ejerce un control para que esto se cumpla.

Harinera del valle al ser aliado al Pacto Mundial de las Naciones Unidas adquiere el compromiso de generar sus reportes de manera periódica a través de un Informe de Progreso donde se evidencien las acciones en pro de contribuir con los objetivos de desarrollo sostenible del Pacto.

Recomendación del modelo de informe de progreso RSE tomadas de la página de internet del Pacto Mundial Red Española:

- ✓ Después de la afiliación tiene un año para enviar el primer reporte.
- ✓ El representante legal emitirá una declaración que exprese su apoyo continuo al Pacto Mundial y renueve el compromiso de la entidad con la iniciativa y sus Principios.
- ✓ Se deben describir las medidas prácticas que las empresas hayan llevado a cabo para implementar los Principios del Pacto Mundial en cada uno de sus cuatro bloques (derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción).
- ✓ Una evaluación de los resultados (el grado en que se han logrado alcanzar los indicadores de objetivos y actuación, u otro tipo de medición cuantitativa o cualitativa de los resultados). (Pacto mundial. Red Española, 2016).

6. Conclusiones

La meta que se obtuvo al implementar el plan de responsabilidad social de la empresa Harinera del Valle es un resultado positivo ya que logramos identificar las funciones que ejerce esta compañía en la comunidad enfocada en la nutrición mejorando la calidad de vida y ejerciendo un cumplimiento social y legal.

En el reconocimiento de este ejercicio se logró definir e identificar los aspectos que los grupos de interés: colaboradores, clientes, consumidores, proveedores, accionistas y comunidades cercanas a las plantas de producción deben cumplir para poder enfocar los objetivos a la misma meta trazada para obtener avances significativos en esta gestión empresarial.

Observamos que el cumplimiento del plan de responsabilidad social empresarial de la empresa Harinera del Valle, involucra toda una planeación y ejecución al servicio de la comunidad en los impactos: social, económico y ambiental que mejora el cumplimiento en las falencias detectadas para así contribuir al desarrollo y crecimiento del plan tanto interno como externo y poder implementar las buenas prácticas y fortalecerlas para ser enfocadas en el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad.

Bibliografía

- Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G. (2014). Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a02.pdf>
- Autor corporativo. (2017). *Codigo de proveedores harinera del valle* . Recuperado el 16 de 09 de 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=rXWAqpc4jdU>
- Autor corporativo. (01 de 01 de 2017). *Harinera del Valle*. Recuperado el 18 de 09 de 2018, de <https://www.hv.com.co/downloads/reportes/Reporte-de-Sostenibilidad-HV-2017.pdf>
- Autor corporativo. (2018). *Harinera del Valle* . Recuperado el 18 de 09 de 2018, de <https://www.hv.com.co/>
- Equipo Ceres. (s.f.). *manual para elaborar codigo de conducta empresarial*. Ecuador.
- Maturin. (01 de 02 de 2015). *las cinco fuerzas de Porter*. Recuperado el 18 de 09 de 2018, de <https://www.slideshare.net/jhoiserl/5-fuerzas-de-porter-45049465/2>
- Pacto mundial, Red Española (2016). *Informes de Progreso y Reporting*. Recuperado el 20 de noviembre de 2018 de: <https://www.pactomundial.org/2017/01/informes-de-progreso/>
- Sendin, J. j. (2015). *codigo de conducta para la realizacion de inversiones financieras temporales de la fundacion para la formacion*. Recuperado el 17 de 09 de 2018, de http://www.ffomc.org/sites/default/files/codigo_inversiones_ffomc.pdf
- Valores institucionales de la empresa*. (14 de 05 de 2010). Recuperado el 16 de 09 de 2018, de <http://citlali-solis.blogspot.com/2010/05/valores-institucionales.html>

ANEXOS

LINK DEL VIDEO: <https://www.youtube.com/watch?v=NocUclQ3xXw&rel=0>

POSTER

Plan de Responsabilidad Social Empresarial Harinera del valle

Gina Díaz Beltrán / John Jairo Londoño / Eileen Maritza Moreno / Nohemi Cruz Torres código/Adriana Tafur



ECACEN

Resumen:

El plan de responsabilidad social es un proyecto enfocado en buscar un beneficio por las comunidades que rodean a las empresas desde los aspectos económico, social y ambiental. Para este fin, trabajamos bajo el direccionamiento estratégico del Harinera del Valle para incorporar cada uno de los pasos necesarios para llevar a cabo un plan de responsabilidad social corporativa, comenzando con la dirección estratégica de la empresa, la evaluación del desempeño, el modelo de gestión seleccionado, la creación de un código de conducta para la empresa.

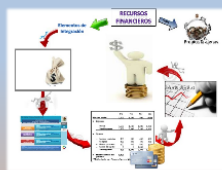
Justificación

Mediante al análisis de relaciones entre la Harinera con sus Stakeholders el grupo desea establecer actividades que permitan determinar a la compañía de una manera idónea un plan de responsabilidad social que conlleve al crecimiento sostenible y a un cambio sistemático que permita adoptar de una manera grata el plan estratégico enfocado en hacer crecer los valores corporativos de la empresa.

Objetivos

- ✓ Promover un plan de bienestar social donde se involucrados tanto los empleados y las comunidades que rodean la empresa.
- ✓ Diseñar estrategias que permitan el crecimiento sostenible de la empresa desde el aspecto económico, generando rentabilidad a clientes, proveedores y accionistas de la compañía.
- ✓ Incentivar a las buenas practicas y mejorar acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo que causan lo procesos productivos

Definidas las estrategias se definieron los recursos, los indicadores, los plazos de ejecución de las acciones.



Resultados esperados

- Mejoramiento del clima laboral
- Equidad y eficiencias del personal contratado, evitar deserciones y mantener la planta de trabajadores con mejores desempeños.
- Lograr impacto positivo a la comunidad

Literatura citada

•Harinera del Valle. (2017). Reporte de sostenibilidad, Comunicación Estratégica, 2017 [Figura N. 2]. Recuperado de: <https://www.hv.com.co/downloads/reportes/Reporte-de-Sostenibilidad-HV-2017.pdf>

Planteamiento del problema.

Se detecta una falencia principal en el aspecto social, en ese sentido en enfoque estratégico va dirigido va dirigido hacia a la comunidad que rodea y la que hace parte de Harinera del valle y desde allí desarrollar un plan de mejora que permita a la empresa tener un crecimiento sostenible desde la base laboral y en todo lo que repercute hacia la comunidad como una empresa de oportunidad y de crecimiento no solamente económico si no social.

Palabras clave

- ✓ Empresa,
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Social
- ✓ Stakeholders
- ✓ Informe



Metodología

Con base a los tres factores fundamentales para la sostenibilidad empresarial, identificamos los Stakeholders con el fin de plantear estrategias dirigidas a cada uno de ellos:

